



รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา ENT2308 รายวิชา การจัดการทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจในโลกยุคดิจิทัล
สาขาวิชา การประกอบการธุรกิจ คณะ/วิทยาลัย วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๔

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา ENT2308
ชื่อรายวิชาภาษาไทย การจัดการทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจในโลกยุคดิจิทัล
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ Marketing Management for Entrepreneurs in Digital World

๒. จำนวนหน่วยกิต ๓(๓-๐-๖)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการธุรกิจ
๓.๒ ประเภทของรายวิชา วิชาเลือก

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิสิษฐ์ พจนजारุวิทย์
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิสิษฐ์ พจนजारุวิทย์
๕. สถานที่ติดต่อ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิสิษฐ์ พจนजारุวิทย์ ห้องพักอาจารย์ชั้น ๓ อาคาร ๕๓/๓๔ คณะวิทยาการจัดการ/ E
– Mail: Pisit.po@ssru.ac.th

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่ ๒/๒๕๖๔
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ ๔๐ คน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre-requisite) (ถ้ามี) ไม่มี

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน(Co-requisites)(ถ้ามี) ไม่มี

๙. สถานที่เรียน Online / คณะวิทยาการจัดการ

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่ ๑ เดือน ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๔

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

๑. เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจทางด้านแนวคิดและทฤษฎีทางการตลาด
๒. เพื่อให้ นักศึกษาสามารถวางแผน และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดได้
๓. เพื่อให้ นักศึกษามีคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

๑. เพื่อผลิตบัณฑิตทางการบริหารธุรกิจให้มีความรู้ความสามารถทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การเงินการธนาคาร การตลาด ธุรกิจระหว่างประเทศ การประกอบการธุรกิจ และการจัดการธุรกิจบริการ
๒. เพื่อพัฒนาบัณฑิตให้มีคุณธรรม จริยธรรมในวิชาชีพ รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
๓. เพื่อสร้างงานวิจัยทางการบริหารธุรกิจในการส่งเสริมให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการเรียนการสอน
๔. เพื่อให้บริการวิชาการแก่ชุมชนเกี่ยวกับเทคนิคและนวัตกรรมใหม่ทางการบริหารธุรกิจ

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. ค อธิบายรายวิชา

ความสำคัญของการจัดการทางการตลาด บทบาทหน้าที่ของผู้บริหารการตลาดยุคดิจิทัล การจัดองค์การการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การกำหนดโครงสร้างตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล การวัดและการพยากรณ์ตลาด การแบ่งส่วนตลาด การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดในยุคดิจิทัล

The Importance of marketing management, role of digital marketing executives, marketing organization, market environment analysis, defining market structures and consumer behavior in the digital, market measurement and forecasting, market segmentation, marketing strategy planning on price, distribution and promotion in Digital.

๒. จ านวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๔๕ ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษา	ไม่มี	ไม่มี	๙๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

๓. จ านวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้ค าปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล : ๒ ชั่วโมง/สัปดาห์ ทุกวันอังคาร ๐๙.๐๐ – ๑๑.๐๐ น.)

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้ สอน ห้องพักอาจารย์ชั้น ๕ อาคาร ๕๗

คณะวิทยาการจัดการ

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๖๑-๙๘๒๔๔๑๙

ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) Pisit.po@ssru.ac.th

๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook/Twitter/Line) -

๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard).....-.....

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีจิตสำนึกและตระหนักในคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ ความเสียสละและความซื่อสัตย์สุจริต
- (๒) มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม
- (๓) มีพฤติกรรมที่แสดงถึงการเคารพสิทธิของผู้อื่นและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

๑.๒ วิธีการสอน

กำหนดให้มีวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเป็นการปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย นักศึกษาต้องมีความรับผิดชอบโดยในการทำงานกลุ่มนั้นต้องฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำ กลุ่ม และการเป็นสมาชิกกลุ่ม มีความซื่อสัตย์โดยต้องไม่กระทำการทุจริตในการสอบหรือลอกการบ้านของผู้อื่น เป็นต้น และมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณทางวิชาชีพ เช่น การยกย่องนักศึกษาที่ทำดี ทำประโยชน์แก่ส่วนรวม มีความเสียสละ และปฏิบัติตามตามครรลองครองธรรม

๑.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม
- (๒) ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรม
- (๓) ประเมินจากการกระทำ ทุจริตในการสอบ
- (๔) ประเมินจากความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- (๕) ประเมินจากการรับฟังและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาที่ศึกษา
- (๒) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและเทคโนโลยีและความรู้ในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง
- (๓) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

๒.๒ วิธีการสอน

ใช้รูปแบบการเรียนการสอนหลากหลายรูปแบบ จัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญและเน้นหลักการทางทฤษฎีและการประยุกต์ใช้ทางการปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริงโดยทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ทั้งนี้ให้เป็นไปตามลักษณะของรายวิชา ตลอดจนเนื้อหาสาระของรายวิชานั้นๆ นอกจากนี้ควรจัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงโดยการศึกษาดูงาน หรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรพิเศษเฉพาะเรื่อง ตลอดจนฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ

๒.๓ วิธีการประเมินผล

ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติในด้านต่าง ๆ คือ

- (๑) การทดสอบย่อย
- (๒) การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
- (๓) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำ
- (๔) ประเมินจากแผนธุรกิจหรือโครงการที่นำเสนอ
- (๕) ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน
- (๖) ประเมินจากรายวิชาสหกิจศึกษา/การฝึกประสบการณ์วิชาชีพบริหารธุรกิจ

๓. ทักษะทางปัญญา**๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา**

- (๑) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ
- (๒) สามารถสืบค้น หา แยก และวิเคราะห์ข้อมูลหรือสารสนเทศ เพื่อให้เกิดทักษะในการแก้ปัญหา
- (๓) สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ปัญหาทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

๓.๒ วิธีการสอน

ฎ

ในการเรียนการสอน ต้องฝึกกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์ตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษาโดยเริ่มต้นจากปัญหาที่ง่ายและเพิ่มระดับความยากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้ต้องจัดให้เหมาะสมและสอดคล้องกับรายวิชา มีการจัดการสอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยใช้วิธีการสอนที่หลากหลาย เช่น การอภิปรายกลุ่ม การทำกรณีศึกษา และการจัดทำโครงการ เป็นต้น รวมถึงให้มีการฝึกปฏิบัติจริงในสถานประกอบการ เพื่อเป็นการเรียนวิธีการแก้ปัญหาในสถานการณ์จริง

๓.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินผลจาก การทดสอบย่อย การสอบกลางภาคและปลายภาค โดยใช้กรณีศึกษาหรือโจทย์ปัญหา
- (๒) ประเมินผลจากการรายงานผลการศึกษาค้นคว้า โครงการ งานวิจัย โดยการนำเสนอหน้าชั้นเรียนและเอกสารรายงาน
- (๓) ประเมินผลจากรายวิชาสหกิจศึกษา หรือการฝึกประสบการณ์วิชาชีพบริหารธุรกิจ

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา**

- (๑) มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย
- (๒) สามารถทำงานเป็นทีมในบทบาทของผู้นำหรือผู้ร่วมงาน ตามที่ได้รับมอบหมายอย่างเหมาะสม
- (๓) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี

๔.๒ วิธีการสอนหลักสูตรระดับปริญญา ตรี โท เอก

จัดกิจกรรมการเรียนการสอนในรายวิชา โดยให้นักศึกษาเรียนรู้แบบร่วมมือ ฝึกการท างานเป็นทีม ตลอดจนมี การสอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม การมีมนุษยสัมพันธ์ และการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ ที่ เกี่ยวข้อง

๔.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม และการแสดงออกของนักศึกษาในการร่วมอภิปราย หรือการนำเสนอ รายงานกลุ่มในชั้นเรียน

(2) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา**

○ (๑) สามารถเลือกและประยุกต์ใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม

○ (๒) สามารถเลือกวิธีการสื่อสารและรูปแบบการนำเสนอให้ผู้อื่นเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

● (๓) สามารถเลือกและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

๕.๒ วิธีการสอน

จัดกิจกรรมการเรียนการสอนในบางรายวิชาต่าง ๆ โดยให้นักศึกษาได้วิเคราะห์สถานการณ์จำลอง หรือกรณีศึกษา โดยใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้อง และนำเสนอรายงานการแก้ปัญหาที่เหมาะสมในชั้นเรียน ตลอดจนมอบหมายงานในรายวิชาต่าง ๆ เพื่อให้นักศึกษาพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินจากเทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้อง

(๒) ประเมินจากความสามารถในการอธิบายความ และการอภิปรายกรณีศึกษาที่มีการนำเสนอต่อชั้นเรียน

๖. ด้านอื่นๆ

.....-

หมายเหตุ

สัญลักษณ์ หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	- หมายเหตุ กระบวนการเรียนการสอนและการประเมินผล (ตาม มคอ.๓) - แบ่งกลุ่มเพื่อน ๖ เสนอกรณีศึกษาธุรกิจชุมชน - การทดสอบก่อนเรียน	๓	กิจกรรมการเรียน - ชี้แจงวัตถุประสงค์และขอบเขตของเนื้อหา - ผู้เรียน / ผู้สอนอภิปรายร่วมกัน สื่อการสอน ๑. เอกสารประกอบการสอน ๒. สื่อ PowerPoint ๓. แบบทดสอบก่อนเรียน	ผศ.ดร.พิสิษฐ์ พจนजारุวิทย์
๒	บทที่ ๑ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตลาด - ความหมายการตลาด - ความสำคัญการตลาด - แนวคิดทางการตลาด - งานพื้นฐานทางการตลาด - ปรัชญาทางการตลาด	๓	กิจกรรมการเรียน - บรรยาย / อภิปราย - สรุปข้อค้นพบที่ได้รับจากการอภิปราย สื่อการสอน ๑. เอกสารประกอบการสอน ๒. สื่อ PowerPoint	ผศ.ดร.พิสิษฐ์ พจนजारุวิทย์
๓	บทที่ ๒ การวิเคราะห์สถานการณ์การตลาด - ความหมาย - การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด - แนวคิดโอกาสทางการตลาด - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในทางการตลาด - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทางการตลาด - การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค - การพยากรณ์ความต้องการของตลาด	๓	กิจกรรมการเรียน - ให้นักศึกษาค้นคว้าในประเด็นหัวข้อที่อาจารย์จะสอนก่อนการเรียนการสอนในครั้งนี้ - การจัดการเรียนการสอนด้วยระบบ Online Google Meet สื่อการสอน ๑. เอกสารประกอบการสอน ๒. สื่อ PowerPoint ๓. การสอนด้วยระบบระบบ Online Google Meet	ผศ.ดร.พิสิษฐ์ พจนजारุวิทย์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๔-๕	<p>บทที่ ๓ การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มตลาด เป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์</p> <p>- ความหมาย การแบ่งส่วนตลาด - ขั้นตอนการแบ่งส่วนตลาด</p> <p>- ความหมาย การกำหนดตลาดเป้าหมาย - การกำหนดตลาดเป้าหมายและการเลือกตลาดเป้าหมาย</p> <p>- ความหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ - การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์</p>	๖	<p>กิจกรรมการเรียน - ให้นักศึกษาค้นคว้าในประเด็นหัวข้อที่อาจารย์จะสอนก่อนการเรียนการสอนในครั้งนี</p> <p>- การจัดการเรียนการสอนด้วยระบบ Online Google Meet สื่อการสอน</p> <p>๑. เอกสารประกอบการสอน ๒. สื่อ PowerPoint ๓. การสอนด้วยระบบ ระบบ Online Google Meet</p>	<p>ผศ.ดร.พิสิษฐ์ พจนजारุวิทย์</p>
๖	<p>บทที่ ๔ กลยุทธ์การตลาด วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์</p> <p>- ความหมาย วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ - แนวความคิดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ - ชั้นที่ ๑ ชั้นแนะนำ และกลยุทธ์ทางการตลาด</p> <p>- ชั้นที่ ๒ ชั้นการเติบโต และกลยุทธ์ทางการตลาด</p> <p>- ชั้นที่ ๓ ชั้นการเติบโตเต็มที่ และกลยุทธ์ทางการตลาด</p> <p>- ชั้นที่ ๔ ชั้นตกต่ำ (ถดถอย) และกลยุทธ์ทางการตลาด</p>	๓	<p>กิจกรรมการเรียน - ให้นักศึกษาค้นคว้าในประเด็นหัวข้อที่อาจารย์จะสอนก่อนการเรียนการสอนในครั้งนี</p> <p>- การจัดการเรียนการสอนด้วยระบบ Online Google Meet สื่อการสอน</p> <p>๑. เอกสารประกอบการสอน ๒. สื่อ PowerPoint ๓. การสอนด้วยระบบ ระบบ Online Google Meet</p>	<p>ผศ.ดร.พิสิษฐ์ พจนजारุวิทย์</p>
๓/	<p>บทที่ ๕ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และตราสินค้า</p> <p>- แนวคิดผลิตภัณฑ์ - กลยุทธ์ส่วนประสมผลิตภัณฑ์</p> <p>- ทางเลือกกลยุทธ์ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ - แนวคิดการจัดสรรส่วนประสมผลิตภัณฑ์ - นโยบายตราสินค้า</p>	๓	<p>กิจกรรมการเรียน - บรรยาย / อภิปราย - ใบบงานที่ ๓ การวิเคราะห์ SWOT จากกรณีศึกษา</p> <p>สื่อการสอน</p> <p>๑. เอกสารประกอบการสอน ๒. สื่อ PowerPoint</p>	<p>ผศ.ดร.พิสิษฐ์ พจนजारุวิทย์</p>
๔	สอบกลางภาค			

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๙	บทที่ ๖ กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ - แนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ - การจัดรูปแบบและองค์การเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ - กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	๓	กิจกรรมการเรียน - ให้นักศึกษาค้นคว้าในประเด็นสา คัญ พร้อมน าเสนอรายงานในชั้นเรียน - อภิปรายกลุ่ม / เดี่ยว สื่อการสอน ๑. เอกสารประกอบการสอน ๒. สื่อ PowerPoint	ผศ.ดร.พิสิษฐ พจนजारุวิทย์
๑๐-๑๑	บทที่ ๗ กลยุทธ์การตั้งราคา - ความหมาย ราคา - ความสำคัญของ การก าหนดราคา - ขั้นตอนการก าหนดราคา - การก าหนดราคาตามต้นทุน * การตั้งราคาโดยวิธีการบวกส่วนเพิ่ม * การก าหนดราคาตามเป้าหมาย - การก าหนดราคาตามความต้องการ - การก าหนดราคาตามคู่แข่งชั้น - การเปลี่ยนแปลงราคาตามคู่แข่งชั้น - การก าหนดราคาตามสายผลิตภัณฑ์	๖	กิจกรรมการเรียน - ให้นักศึกษาค้นคว้าในประเด็นหัวข้อที่อาจารย์จะสอนก่อนการเรียนการสอนในครั้งนี - การจัดการเรียนการสอนด้วยระบบ Online Google Meet สื่อการสอน ๑. เอกสารประกอบการสอน ๒. สื่อ PowerPoint ๓. การสอนด้วยระบบ ระบบ Online Google Meet	ผศ.ดร.พิสิษฐ พจนजारุวิทย์
๑๒	บทที่ ๘ กลยุทธ์ช่องทางการจัดจ าหน่าย - ความหมาย ช่องทางการจัดจ าหน่าย - ลักษณะและชนิดของช่องทางการจัดจ าหน่าย - การตัดสินใจในรูปแบบของช่องทางการจัดจ าหน่าย - ทางเลือกช่องทางการจัดจ าหน่าย - การประเมินช่องทางการจัดจ าหน่าย - การบริหารช่องทางการจัดจ าหน่าย	๓	กิจกรรมการเรียน - บรรยาย / อภิปราย สื่อการสอน ๑. เอกสารประกอบการสอน ๒. สื่อ PowerPoint	ผศ.ดร.พิสิษฐ พจนजारุวิทย์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑๓-๑๔	บทที่ ๙ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด - ความหมาย การส่งเสริมการตลาด - ส่วนประสมการส่งเสริม การตลาด o การโฆษณา o การส่งเสริมการขาย o การขายโดยใช้พนักงานขาย o การประชาสัมพันธ์และการให้ข่าวสาร o การตลาดทางตรง - CSR (Corporate Social Responsibility)	๓	กิจกรรมการเรียน - ให้นักศึกษาค้นคว้าในประเด็น หัวข้อที่อาจารย์จะสอนก่อนการ เรียนการสอนในครั้งนี - การจัดการเรียนการสอนด้วย ระบบ Online Google Meet สื่อ การสอน ๑. เอกสารประกอบการสอน ๒. สื่อ PowerPoint ๓. การสอนด้วยระบบ ระบบ Online Google Meet	ผศ.ดร.พิสิษฐ์ พจนजारุวิทย์
๑๕	บทที่ ๑๐ จรรยาบรรณนักการตลาด - ความหมาย จรรยาบรรณนักการตลาด - หลักจรรยาบรรณของนักการตลาด	๓	กิจกรรมการเรียน - ให้นักศึกษาค้นคว้าในประเด็น หัวข้อที่อาจารย์จะสอนก่อนการ เรียนการสอนในครั้งนี - การจัดการเรียนการสอนด้วย ระบบ Online Google Meet สื่อ การสอน ๑. เอกสารประกอบการสอน ๒. สื่อ PowerPoint ๓. การสอนด้วยระบบ ระบบ Online Google Meet	ผศ.ดร.พิสิษฐ์ พจนजारุวิทย์
๑๖	- นำเสนอโครงการกลุ่ม - สรุปบทเรียนทั้งหมดสำหรับการเรียนในภาค เรียนนี้ก่อนการสอนปลายภาค	๓	กิจกรรมการเรียน - สรุปเนื้อหาบทเรียนทั้งหมดใน ภาคเรียนนี้ - นักศึกษานำผลงานกลุ่มที่ได้รับ มอบหมายมา นำเสนอ	ผศ.ดร.พิสิษฐ์ พจนजारุวิทย์
๑๗	สอบปลายภาค			

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่ กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วน ของการประเมินผล
๑.๑, ๑.๒	- การเข้าชั้นเรียน + ใบงาน	ตลอดภาค การศึกษา	๑๐%
๑.๑, ๒.๑, ๒.๓,	- Quiz	ตลอดภาค การศึกษา	๑๐%
๑.๒, ๒.๑, ๒.๓ , ๓.๒	- สอบกลางภาค - สอบปลายภาค	๘ ๑๓'	๓๐% ๓๐%
๓.๑, ๓.๒, ๓.๓, ๔.๑, ๕.๓	- รายงาน + การนำเสนอ	ตลอดภาค การศึกษา	๒๐%

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน**๑. ตำราและเอกสารหลัก**

พิสิษฐ์ พจนจารุวิทย์. (๒๕๖๐). เอกสารประกอบการสอน การตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ ไม่มี**๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ**

อััจฉิมา เศรษฐบุตตร และดร.สายสวรงค์ วัฒนพานิช. การจัดการทางการตลาด. สำนักพิมพ์มหา ธรรมศาสตร์. วิทยาลัย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ. วิเชียร วิทยอดม. (๒๕๕๔). การจัดการสมัยใหม่. กรุงเทพฯ: ธนรัช.

สาคร สุขศรีวงศ์. (๒๕๕๕). การจัดการ: จากมุมมองนักบริหาร. (พิมพ์ครั้งที่ ๙). กรุงเทพฯ: จีพี ไฮเบอร์พรีนท์.

หลักสูตรระดับปริญญา ตรี โท เอก

หมวดที่ ๓/ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

ให้นักศึกษาประเมินประสิทธิผลของรายวิชา ได้แก่ วิธีการสอน การจัดกิจกรรมการเรียนการสอน และสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน ซึ่งมีผลกระทบต่อการเรียนรู้ และผลการเรียนรู้ที่ได้รับพร้อมข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

(ระบุวิธีการประเมินที่จะได้ข้อมูลการสอน เช่น จากผู้สังเกตการณ์ หรือทีมผู้สอน หรือผลการเรียนของนักศึกษา เป็นต้น)

- ผลการสอบ/ผลการเรียน

๓. การปรับปรุงการสอน

(อธิบายกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอน เช่น คณะ/ภาควิชามีการกำหนดกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอนไว้อย่างไรบ้าง

การวิจัยในชั้นเรียน การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน เป็นต้น)

สาขาวิชา กำหนดให้อาจารย์ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิภาพของรายวิชา นอกจากนี้ สนับสนุนให้อาจารย์ผู้สอนเข้ารับการฝึกอบรมกลยุทธ์การสอนหรือการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนของตนเอง

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา (อธิบายกระบวนการที่ใช้ในการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์

ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ของรายวิชา เช่น ทวนสอบจากคะแนนข้อสอบ หรืองานที่มอบหมาย กระบวนการอาจจะต่างกันไปสำหรับรายวิชาที่แตกต่างกัน หรือสำหรับ มาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้าน)

อาจารย์ผู้สอน ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาภายหลังจบกระบวนการเรียนการสอน โดยนำผลคะแนนการประเมินในแต่ละด้านมาทำ การวิเคราะห์หาคุณภาพการเรียนการสอน

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

(อธิบายกระบวนการในการนำ ข้อมูลที่ได้จากการประเมินจากข้อ ๑ และ ๒ มาวางแผนเพื่อปรับปรุงคุณภาพ)

สาขาวิชา มีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาจากผลการประเมินการสอนของนักศึกษา ผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ ๔ เพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการเรียนการสอนครั้งต่อไป

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่กลุ่มรายวิชาเฉพาะด้าน (Curriculum mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก □ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม และ จริยธรรม			2. ความรู้			3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบต่อ			5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
ENT2304 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ	●	●	○	●	○	●	○	●	○	●	○	○	○	○	●

● ความรับผิดชอบหลัก □ ความรับผิดชอบรอง

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ